



El mercado del vino en Hong Kong

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Hong Kong

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO
DE MERCADO

16 de diciembre de 2022
Hong Kong

Este estudio ha sido realizado por
Miguel Senlle Caride

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Hong Kong

<http://Hongkong.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-22-014-8



Introducción

El presente documento aborda el mercado del vino en Hong Kong. Hong Kong es un importante centro de distribución y comercialización del vino donde podemos destacar el poder adquisitivo de la población y su condición como uno de los principales centros reexportadores mundiales, principalmente hacia China continental.

Para entender en profundidad este mercado, se analiza la oferta y demanda, mediante el análisis de los datos de comercio exterior, las preferencias según tipo de vino, las pautas de consumo y el perfil de los consumidores. Posteriormente, se analizan los precios, la imagen del producto español, los canales de distribución, las barreras de acceso y las perspectivas del sector para terminar identificando las principales oportunidades de negocio existentes en el mercado.

Oferta

No existe producción local de vino, por lo que **la totalidad de los vinos que se consumen en Hong Kong son importados**. En el año 2021, las importaciones de vino alcanzaron los 38,5 millones de litros, con un valor total de 1.363 millones de dólares americanos, acercándose a los niveles previos a la pandemia.

Las tres categorías de producto más demandadas durante el año 2021 fueron por este orden el vino tinto, el champán y el vino blanco.

Respecto del origen de las importaciones, se observa que el líder del mercado es Francia que significa un 42,97 % del mercado por valor. En cuanto a volumen, Francia se ve superada por Australia con 9.700 metros cúbicos.

Las exportaciones españolas del producto experimentaron una **evolución interanual positiva** situando a España en la sexta posición de exportadores por volumen con 1.746 metros cúbicos y en el decimosegundo puesto por valor con aproximadamente 14 millones de dólares americanos exportados en 2021.

Demanda

La ciudad cuenta con una de las **ratios de consumo per cápita más altos de Asia**, aunque aun marcadamente inferior a los niveles de consumo europeos. La mayoría del consumo se da en el gran consumo en supermercados y tiendas generalistas. Sin embargo, el elevado PIB per cápita hace que existan nichos de alta gama o muy alta gama.

En 2021, la mayoría del consumo en Hong Kong fueron vinos sin burbujas, liderado por el vino tinto. No obstante, se aprecia un aumento significativo en el consumo de espumosos, especialmente del champán.



Percepción del producto español

Existe una **dispersión de la imagen del vino español en Hong Kong**. La mayor parte de los consumidores se pierden en la amplia variedad de los vinos españoles. Adicionalmente, no existe una promoción privada suficiente y es preciso una mayor adaptación del producto al mercado.

Sin embargo, el vino español tiene una buena consideración en relación calidad precio y cuenta con una creciente actividad institucional de promoción del vino.

Canales de distribución

Existen dos canales de distribución principales. El canal no comercial que ha superado en los últimos años al canal HORECA, tradicionalmente el canal principal de distribución.

Cabe reseñar el **auge del comercio electrónico** donde plataformas como HKTVMall o Vivino HK vienen aumentando de forma considerable sus ventas de vino en línea en los últimos años.

Acceso al mercado – Barreras

Hong Kong es uno de los **mercados más accesibles de Asia**, sin que existan aranceles a la importación del producto ni impuestos indirectos que graven su venta. Adicionalmente, en línea con su rol de centro reexportador, existen facilidades a la exportación de vino a China continental desde Hong Kong.

Perspectivas del sector

Se prevé que el sector se aproxime a los niveles prepandemia en el año 2023. Parte de la recuperación se espera que provenga del comercio electrónico quien aumentará su peso sobre las ventas totales de vino.

Por otra parte, los vinos emergentes del nuevo mundo como americanos o australianos están ganando popularidad. En este sentido, los vinos novedosos atraen la atención del consumidor local.

Oportunidades

Entre las oportunidades identificadas en el mercado cabe destacar el aumento de la popularidad de los vinos espumosos y como el cava puede posicionarse como una alternativa al champán francés y al *prosecco* italiano.

Existen oportunidades en las **cadena de distribución minorista de nivel medio** que están en proceso de expansión y ampliación de su catálogo de vino demandando vinos con buena relación calidad precio.

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es

